基于新媒体视域下新闻类微信公众号编辑策略分析

赵天军
（鲁北晚报社，山东 滨州 256600）

摘　要：随着互联网的普及，新媒体也顺势涌入人们的日常生活中，其中微信公众平台就是最具代表性的一个新媒体，其具有非常高的移动性和便捷性，因此在极短的时间内迅速积累用户。一时间新老媒体都纷纷加入了微信公众平台，并在上面创设了公众号。新闻类微信公众号就在此背景下应运而生，但由于与其他媒体性质的不同，新闻类公众号目前发展还存在很多问题，为此本文针对目前新闻类微信公众号的特点以及存在问题进行分析讨论，以期可以为其今后的发展提供有价值的建议。

关键词：新媒体；互联网；微信公众号；新闻；编辑策略　　**中图分类号：**G632　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）06-031-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.06.008
本文著录格式：赵天军．基于新媒体视域下新闻类微信公众号编辑策略分析[J]. 中国传媒科技，2022（06）：31-33.

2011年1月腾讯公司推出了一款全新的即时通信软件——微信（We Chat），由于其从问世就植根于移动互联网平台，因此推出后用户数量呈高速增长状态，截至2020年微信及其分支软件的用户月活跃数量已超过10亿人次。[1]微信的出现改变了人们既往社交的方式，其推出的微信公众号平台更是移动通信软件和互联网、社交领域的一种扩展和延伸，在信息生产和传播的过程中扮演着重要角色，一时间无论是传统媒体还是自媒体都迫切希望在微信平台上抢占先机。

1. 新闻类微信公众平台传播特点及发展现状

1.1　新闻类微信公众平台传播特点

相比于新闻客户端和新闻官方微博，新闻类微信公众号平台在传播形式和方法上具有其独有的特点。

其一是用户在订阅过程中拥有更高的选择性，虽然在新闻类微信公众号平台推出前，传统新闻媒体为了转型也推了移动新闻客户端和新闻官方微博等，但究其根本这些都只是一个新闻信息推送平台，其传播模式为推送—接收，因此用户对新闻的自主选择性偏低，新闻在推送的过程中处于被动位置。[2]近年来很多新闻媒体都想打破这一僵局，以今日头条和网易新闻为代表其在软件设计上进行了创新，但取得的效果却并不理想。微信公众平台虽然表面上是一个内容推送的平台，但实际上其还可以与用户进行交流沟通，通过关注、留言等一系列行为，用户可以选择自己感兴趣的内容进行关注，运营者也可以根据用户留言而创作更多符合用户需求的内容。

其二是内容的载体更加全面。与新闻网站和客户端有明显区别的是，微信公众平台可以向用户展示更多内容形式，各媒体也可以结合自身运行特点，选择向用户推送文字、图片、视频、音频等内容，以此丰富了新闻传播的形式，弥补了传统新闻在传播形式上的不足。

1.2　新闻类微信公众平台发展现状

随着移动互联网在全国的迅速普及，传统媒体为了适应时代发展开始媒体融合，无论是报纸还是电视台、新闻网站都开始逐渐加入到微信公众号的运营之中，各类与新闻相关的微信公众号数量也在日益增加。除了传统的老牌媒体，还有各类新兴新闻媒体也都在微信公众号平台创立自己的账号。[3]无论是地方性质还是全国性质的媒体也都基本上在微信上开通了微信公众号，显然微信公众号已经成为这些新闻媒体的第二发展场地，借助于微信公众号庞大的用户数量，很多新闻媒体也在此获取了比传统媒介更多的用户数量和新闻发布数量。

2. 新闻类微信公众平台发展中存在的问题

2.1　内容推送模式僵化

从目前新闻类微信公众平台的发展实际情况来看，各大新闻类微信公众号的新闻内容推送模式主要有两种，第一种为集中推送，第二种为每日推送。这两种推送模式各有各的优势，公众号需要根据受众用户的阅读习惯对应选择，但无论是集中推送还是每日推送，都存在推送模式僵化的问题。[4]虽然这些固化的推送模式可以有利于培养订阅用户的使用习惯，方便运营商在后期运营上对公众号进行维护，但也从一定程度上削弱了推送内容的时效性和灵活性，减少了新闻类微信公众号的传播价值。

与手机新闻客户端相比，微信公众号无论是在传播

内容、形式还是手段上都应该提高灵活度，但实际情况却是微信公众号的用户对新闻内容的时效性体验远不如手机新闻客户端。以某新闻微信号为例，该新闻微信公众号每日会在晚上8点到11点之间为用户推送一次信息，而推送的信息内容与其新闻网站上却基本无二，而且在面对突发事件的时候反应能力也非常滞后，很多用户在新闻产生时就通过各种新闻手机客户端和微博等软件收到了相关内容，因此到了微信公众号推送的时候，这些新闻的时效性已经大大降低，甚至有些新闻媒体的微信公众号就此沦为媒介母体的过期资源回收站，其用户黏性也在持续下降。[5]

2.2 转载内容过多，原创性较低

在新媒体时代，内容是一切媒体的生命线，对微信公众号来说也不例外，一个微信公众号如果想长时间运行下去，并且能够维持现有用户的关注度，那么就必须持续不断地生产原创性内容。但是目前很多媒体公众号还是脱胎于传统媒体，很多编辑工作人员禁锢于传统媒体内容的编辑理念，因此无论是创造性和制作能力都有待提高，为了保证生产内容的数量，这些微信公众号不得不从其他微信公众号上转载内容。这种转载行为虽然可以从一定程度上保障微信公众号的内容输出，但也导致整个微信公众号的关注度及影响力降低。其次是由于微信公众号上传了大量的重复内容，导致用户在阅读时体验非常差，信息的高度重合与冗余导致用户在使用时容易产生阅读疲劳感。

2.3 选题内容过于娱乐性

传统新闻内容具有规范、真实、准确的特点，但在新媒体时代下，很多传统新闻媒体创建的微信公众号却越来越娱乐化。很多新闻内容都缺乏新闻性和深度。尤其一些撰稿人为了吸引读者经常采用一些娱乐化的标题语言，甚至有些微信公众号还会刻意制作一些非常夸张和惊悚的新闻标题先吸引用户，结果用户点进去阅读发现文章的内容与标题完全八竿子打不到一起，这种现象非常普遍。从目前各类新闻类微信公众号运行情况来看，很多传统严肃的新闻在选题和内容撰写方面都越来越偏娱乐化，内容的新闻性和严谨性反而显得不足。

3. 新闻类微信公众号的发展改进策略

3.1 调整新闻内容推送方式

如何合理选择推送时间和推送频率是所有微信公众号运营的关键，而对新闻类微信公众号而言要在充分保障推送内容时效性的前提下针对用户的阅读习惯和使用习惯调整为用户推送内容的时间和频率，以此满足不同用户对微信公众号的使用需求。

首先是要合理安排推送时间，各新闻类微信公众号可以通过平台收集用户每日使用微信公众号的时间及使用习惯，这样可以将目标用户所想要阅读的内容精准推送给用户。在这个人人习惯于碎片式阅读和轻量阅读的当下，人们在生活工作和学习中都已经习惯了打开手机刷屏，新闻类微信公众号所需要做的就是了解目标用户是更习惯于在哪个时间段来进行这个“刷屏”动作，然后在该时间段对其进行内容推送，这样可以提高整个新闻内容传播的效果。[6] 以《人民日报》为例，其向用户推送内容的时间段分别为早晚，因此其设立了一个新闻早班车和夜读栏目，并根据这两个时间段用户的使用习惯对推送的内容进行了调整。在新闻早班车中主要对昨日晚间到今日早晨所发生的新闻，夜读栏目则是完全符合很多用户在临睡前进行轻量阅读的习惯，把握住对的推送时间和传播形式对新闻类微信公众号非常重要。

3.2 依托新闻媒介本体优势，打造原创新闻平台

原创性新闻内容是所有新闻媒体保持影响力的基石，但目前各类新闻微信公众号无论是内容还是传播形式上都非常同质化，因此各类新闻微信公众号要想在一众微信公众号中脱颖而出就需要提高自身的竞争力，增加更多的原创性内容。这里的原创性内容其实就是指单个公众号向用户推送的独家内容，而并非转载于其他公众号或其他网站的内容。原创性内容无论是在选题还是写作风格和传播形式上都应该要保持与其他微信公众号别具一格的风格，尤其需要注意区别于媒介本体的原创内容。通过数据调查分析不难看出，那些拥有较高阅读量和评论、点赞数量的新闻类微信公众号大多都属于原创性内容。

当然优质的原创内容需要依赖于专业的内容生产团队，例如澎湃新闻，其就靠着自身媒体平台和团队优势每天生产原创新闻内容，这些内容发布在其客户端、网站以及微博官方账号上，多方形成了其专属的集群效应，不仅可以保证为用户提供源源不断的原创性内容，还可以积累口碑。[7] 此外为了突出原创性内容新闻微信公众号还可以做出一些明显的标志和标签，比如可以在每条发布的新闻内容下方署上文章作者的姓名和单位，这样不仅可以突出内容的原创性，还可以对原创内容进行保护，避免各种版权纠纷事件发生。

3.3 选题和内容上强调媒体专业性

目前新闻类微信公众号内容逐渐娱乐化的发展趋势，

主要是因为缺乏新闻媒体专业性。因此各新闻微信公众号可以延续传统新闻媒体选题、内容以及新闻传播的规律，在运行上还是要多强调以发布新闻性内容为主，娱乐性和服务性的内容可以作为辅助内容穿插在其中，这一样以来不仅可以保留新闻的专业性还能够增加微信公众号的可读性和娱乐性。

其次在设置标题的时候，着重突出文章标题的新闻性。可以适当的使用一些网络用语和夸张描述手法，但内容上一定要追求简洁和准确性，不可使用过于浮夸的言论和标点符号，切勿出现耸人听闻的效果。另外新闻标题的字数也不要过多，在设置推送新闻标题时也应当尊重事实真相，保证新闻内容在传播和推送的过程中可以发挥到其本身的作用。[8]

结语

总而言之，目前新闻媒体借助于微信公众平台来发展自身优势已成为大势所趋，在众多新闻类微信公众平台的迅速发展过程中，随着科学技术的不断增加，微信公众号用户规模也在日益扩大，因此各新闻媒体一定要充分借助微信公众平台优势，尊重新闻规律来助力新闻类微信公众号的发展。媒

参考文献

[1] 任梦瑶 . 新媒体视域下新闻类微信公众号编辑策略 [J]. 传媒论坛，2021（2）：40-41.

[2] 罗美娇 . 时尚类微信公众号的编辑策略分析 [J]. 新闻研究导刊，2020（17）：156-157.

[3] 汤云 . 新媒体视域下新闻类微信公众号编辑对策分析 [J]. 卫星电视与宽带多媒体，2020（8）：214-215.

[4] 任树芳 . 新媒体环境下新闻类微信公众号的编辑策略分析 [J]. 卫星电视与宽带多媒体，2020（4）：137-138.

[5] 周楠 . 新媒体视域下新闻类微信公众号编辑策略 [J]. 记者观察，2019（20）：112-113.

[6] 任永乐 . 微信公众号新闻内容的编辑策略分析 [J]. 传播力研究，2019（9）：88+90.

[7] 许小彦 . 高校新闻传播类微信公众号发展策略分析 [J]. 出版广角，2018（4）：59-61.

[8] 王玉君 . 微信公众号助力传统纸媒扩大传播力之策略探析 [J]. 中国传媒科技，2021（3）：37-39.

作者简介：赵天军（1978-），男，山东沾化，编辑，研究方向：媒体融合报纸记者采访或者新媒体时代民生新闻方面、报纸广告。

（责任编辑：张晓婧）

（上接第31页）

并充分发挥微信公众平台的功能优势，为科技类知识的广泛传播提供坚实的技术保障。媒

参考文献

[1] 刘文浩，曲建升，刘燕飞 . 科技类微信公众平台在知识传播中的作用 [J]. 新媒体研究，2016（14）：46-49.

[2] 施建平 . 科技期刊微信传播中知识产权应该如何凸显 [J]. 苏州市职业大学学报，2019（2）：45-48.

[3] 张学颖，罗萍 . 科技类微信公众平台在知识传播中的作用 [J]. 传播与版权，2019（4）：113-114.

[4] 陈扬 . 微信公众平台在科技类知识传播中的应用 [J]. 现代营销（下旬刊），2017（10）：20.

[5] 唐维灿 . 科技类微信公众号传播问题及策略研究 [D]. 成都：成都理工大学，2020.

[6] 赫林豪 . 微信公众号“科技美学”的内容与传播策略研究 [D]. 成都：西南财经大学，2019.

[7] 田香宁 . 腾讯科技微信公众号内容运营策略研究 [D]. 保定：河北大学，2016.

[8] 张福颖，沈丹，倪东鸿 . 基于用户增长的科技期刊微信公众平台运营实践——以《大气科学学报》为例 [J]. 编辑学报，2019（5）：542-544.

作者简介：孔德杰（1979-），男，河南柘城，本科，编辑，研究方向：科技出版、科普管理，科技服务。

（责任编辑：张晓婧）